

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan populasi jiwa setiap tahun selalu bertambah, seiring meningkatnya juga jumlah populasi jiwa yang memenuhi perkotaan. Populasi yang padat membuat kebutuhan penduduk untuk memenuhi kebutuhan utama mereka, yaitu makan, menjadi sangat tinggi pada perkotaan tersebut. Makanan dengan masakan rumahanpun menjadi salah satu yang sering dicari, beriringan dengan hal ini banyak rumah makan yang berkembang untuk masakan dari berbagai macam daerah dan berbagai macam jenis masakan.



Sumber : <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-penyediaan-makanan-minuman-restoran-dan-sejenisnya/> (Diakses pada 14 Januari pukul 04:00)

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Usaha Rumah Makan Dari Tahun 2011-2023

Gambar diatas merupakan grafik pertumbuhan industri rumah makan dan sejenisnya di Indonesia dari tahun 2011 sampai ke kuartal 2 tahun 2023. Garis merah menunjukkan pertumbuhan industri rumah makan dan sejenisnya dari tahun 2015 sampai 2019 terjadi kenaikan (garis merah) dan langsung turun kebawah pada

tahun 2020 karena pandemi *Covid-19*. Setelah melewati masa pandemi tahun 2020, grafik merah menunjukkan kenaikan yang pesat dalam hanya 3 tahun dari keterpurukan. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa kedai makan atau rumah makan pun semakin banyak dan berkembang, mulai dari cara masak yang bisa langsung disajikan ataupun harus diolah terlebih dahulu oleh konsumen, serta masakan lokal dari daerah lain dan luar negeri. Dengan berbagai macam pilihan daftar makanan yang ada, tentunya akan membuat konsumen merasa bingung untuk memilih, dan tentunya pemilik rumah makan akan saling bersaing untuk tetap mendapatkan perhatian dari konsumen lama maupun mendatangkan konsumen baru.

Mulai dari kualitas makanan yang baik, lingkungan fisik yang bersih, makanan yang unik, hingga harga yang cukup terjangkau, tak lepas dari ini konsumen akan melihat dan menilai untuk kualitas yang telah mereka dapatkan setelah berkunjung. Kualitas dari makanan menjadi hal yang utama diperhatikan oleh konsumen, karena akan berpengaruh terhadap kedatangan kembali konsumen. Harga yang terjangkau serta lingkungan fisik dari rumah makan secara tidak langsung akan menjadi sebuah penilaian konsumen, untuk dibandingkan dengan rumah makan lainnya.

Harga merupakan nilai yang akan membeli jumlah, berat, atau ukuran lain dari barang atau jasa. Harga dijadikan sebagai pertimbangan untuk pertukaran kepemilikan barang dan harga merupakan dasar penting untuk transaksi komersil (Christo *et al*, 2017). Menurut Kotler (2014) harga adalah jumlah uang yang diberikan untuk mendapat sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan itu, harga dari makanan dan minuman dalam rumah makan menjadi pertimbangan

utama dalam melakukan pembelian. Jika dirasa oleh konsumen terlalu mahal maka konsumen akan berpikir ulang untuk memesan, tapi tidak banyak juga yang takut untuk melakukan pemesanan jika terlalu murah. Harga yang diberikan harus sesuai dengan makanan yang tawarkan dan bisa diterima oleh konsumen, sama seperti barang atau jasa jika ditawarkan dengan kualitas yang sama tapi diberi harga yang berbeda jauh maka konsumen merasa tidak adil (Monareh *et al*, 2017). Lingkungan fisik yang dimaksud adalah tata letak dalam rumah makan, yang membuat konsumen merasakan suasana yang nyaman, sehingga konsumen akan merasakan kepuasan saat berada didalam rumah makan dan tetap merasa aman saat menyantap makanan yang telah dipilih oleh konsumen.

Salah satu rumah makan yang memiliki cara unik dalam menyajikan pilihan makanan mereka untuk konsumen adalah Warung Sate Kambing Muntilan (SKM) yang sudah berdiri dari bulan Agustus tahun 2019, dan saat ini sudah memiliki 2 lokasi toko fisik yaitu berada didaerah Pesanggrahan, Jakarta Selatan dan Ciater, Bumi Serpong Damai (BSD), Tangerang. Warung Sate Kambing Muntilan tidak hanya berjualan secara langsung atau offline, tetapi tersedia juga jika konsumen ingin melalui pesan antar secara online baik melalui Instagram, Ojek Online dan Whatsapp.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1.2 Logo Sate Kambing Muntilan

Warung Sate Kambing Muntilan (SKM) menjual menu dengan dasar daging kambing yang diolah dengan berbagai macam cara yang tentunya tetap memiliki ciri khas Muntilan. Uniknya semua masakan yang akan disajikan kepada konsumen, masih menggunakan dengan cara yang tradisional, yaitu dimasak langsung diatas angklo dengan menggunakan arang sebagai pemanas api. Dengan cara pengolahan bahan makanan yang unik dengan bumbu yang khas, akan menjadi pilihan yang menarik untuk konsumen.

Daging kambing yang disajikan memiliki inovasi masakan dalam penyajiannya, dapat berupa Sate Bakar, Sate Goreng, Tongseeng Kambing, Tengkleng, Sop Kambing, Nasi Goreng Kambing, dan penyajian pendamping lainnya seperti Sate Bakar Ayam dan Tongseeng Ayam. Warung Sate Kambing Muntilan memiliki ciri khas sate yang sama dengan sate kambing khas Yogyakarta yaitu "Sate Klathak". Saat diolah daging akan ditusuk menggunakan tusuk besi dari jeruji sepeda, tetapi berbeda dalam penyajian makanan serta bumbu yang disajikan kepada konsumen. Sate Klathak sendiri disajikan dengan bumbu asin yang terdiri

dari garam, bawang merah dan kuah yang sedikit manis untuk menetralsir rasa asin dari bumbu yang ada di sate klathak sendiri.

Warung Sate Kambing Muntilan dalam mengolah menu sate kambing andalannya, yang tentunya masih menjadi menu yang paling sering dipesan oleh konsumen, dimasak menggunakan jeruji besi untuk membantu proses matang bagian dalam daging kambing, dan saat proses pemanggangan akan dicelupkan kembali kedalam kecap yang sudah diberi bumbu khusus, lalu sate tersebut akan dibakar kembali. Pada saat penyajian sate akan dilepaskan dari jeruji besi tersebut, dengan kalimat lain sate disajikan tanpa tusuk diatas piring yang sudah disiapkan dengan kuah kecap yang telah dibumbui. Dari kecap dengan bumbu khusus ini akan menghasilkan rasa lebih dominan manis dibandingkan sate klathak Yogyakarta yang gurih.

Warung Sate Kambing Muntilan menjadi objek dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah kualitas makanan, harga dari menu makanan dan lingkungan fisik dari Warung Sate Kambing Muntilan akan berdampak pada kepuasan pelanggan Warung Sate Kambing Muntilan. Penelitian ini dilakukan juga untuk mendukung keberlangsungan pertumbuhan bisnis pada Warung Sate Kambing Muntilan, menjadi lebih baik dan tetap bertahan pada persaingan yang ketat antar usaha dibidang *food & beverages*. Dalam persaingan yang semakin ketat dalam dunia *food and beverages*, faktor yang harus diperhatikan dalam mengelola bisnis ini seperti kualitas makanan, harga dan lingkungan fisik untuk menaikkan penjualan dan membangun kepuasan pelanggan.

Faktor–faktor ini dinilai penting dalam upaya untuk menaikkan kepuasan pelanggan. Meningkatkan kepuasan pelanggan sendiri dinilai sebagai kunci utama dari strategi dalam sebuah organisasi atau bisnis yang berlangsung (Sabir *et al*, 2014). Kepuasan pelanggan menjadi aspek yang sangat signifikan dalam kegiatan bisnis, karena kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan dari bisnis untuk tetap bertahan.

Menurut Walter (2010), kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen merupakan faktor yang sangat penting untuk harus diperhatikan oleh pemilik rumah makan, karena makanan menjadi produk utama yang ditawarkan oleh rumah makan kepada konsumen. Sehingga para pemilik rumah makan memiliki kewajiban untuk tetap menjaga dan membuat konsumen merasa puas akan ekspektasi konsumen tentang kualitas makanan yang ditawarkan. Kualitas makanan akan menjadi salah satu citra rumah makan dalam memberikan produk makanan yang berkualitas, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk makanan yang ditawarkan yang kemudian akan dinilai oleh konsumen berdasarkan perspektif konsumen terhadap kualitas makanan rumah makan tersebut.

Harga dari menu makanan yang disediakan rumah makan sebagai faktor penting dalam pemasaran yang akan mempengaruhi perilaku pelanggan. Konsumen akan membeli sebuah produk atau sesuatu hal yang menurut konsumen akan cukup terjangkau dengan uang mereka. Konsumen akan cenderung membeli produk yang bermanfaat langsung dan sedang dibutuhkan konsumen serta memiliki nilai yang tinggi untuk konsumen memiliki atau nikmati.

Menurut Hanaysha (2016), harga memiliki efek positif yang signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan langsung oleh konsumen. Nominal dari harga sebuah produk atau jasa akan mempengaruhi tinggi atau rendahnya tingkat dari kepuasan konsumen dari sesuatu yang telah konsumen dapatkan. Hal ini menunjukkan bahwa, konsumen akan lebih menyukai untuk memilih produk atau jasa yang bagus dan sesuai dengan harga yang masuk akal menurut konsumen, jika dirasa terlalu mahal maka konsumen akan benar-benar menilai kualitasnya, tetapi jika terlalu murah maka konsumen akan mudah curiga akan kualitasnya.

Lingkungan fisik menjadi faktor lainnya, dimana pemilik rumah makan bisa membangun lingkungan rumah makan yang aman dan nyaman bagi konsumen. Hal ini dapat dinilai sebagai keunggulan dalam persaingan bisnis yang sedang berlangsung. Untuk meningkatkan lingkungan fisik yang baik, pemilik rumah makan akan meluangkan waktu mereka serta memberikan dananya untuk membuat desain interior rumah makan mereka. Tidak hanya melalui desain interior, tetapi dekorasi pada bagian luar lingkungan rumah makan, kebersihan lingkungan dan fasilitas apa saja yang ada didalam rumah makan tersebut. Hal-hal tersebut dinilai sebagai hal paling penting untuk menarik para perhatian konsumen (Azim *et al*, 2014). Memiliki fasilitas yang belum pernah ada di tempat rumah makan lainnya akan menjadi daya tarik dari calon konsumen yang ingin tahu akan fasilitas tersebut, selain itu konsep dari rumah makan yang unik juga akan menjadi daya tarik yang tidak langsung akan membuat konsumen ingin tahu secara langsung, sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan secara langsung.

Kepuasan pelanggan menjadi dasar penilaian akhir dari keberhasilan sebuah produk atau jasa yang disediakan untuk konsumen. Dalam bidang *food and beverages*, beberapa nilai yang harus diperhatikan mulai dari kualitas makanan yang didapatkan konsumen, harga yang sesuai, serta lingkungan yang diberikan oleh pemilik rumah makan untuk konsumennya, menjadi hal dasar yang harus diperhatikan dan ditingkatkan, karena akan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas dengan yang telah didapatkan akan membuat konsumen tersebut melakukan pembelian ulang dan diharapkan bisa memberikan penilaian yang baik untuk lingkungan konsumen dan rumah makan.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan banyaknya perubahan konsumen dalam menilai kepuasan konsumen terhadap sesuatu, khususnya dalam melakukan pembelian makanan, maka dari sebab itu penelitian ini akan membahas permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas makanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Sate Kambing Muntilan, Jakarta?
2. Apakah keadilan harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Sate Kambing Muntilan, Jakarta?
3. Apakah lingkungan fisik memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Sate Kambing Muntilan, Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah tercantum diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Warung Sate Kambing Muntilan, Jakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara keadilan pada harga terhadap kepuasan pelanggan Warung Sate Kambing Muntilan, Jakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan Warung Sate Kambing Muntilan, Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian dilakukan dengan harapan untuk memberi informasi tentang pentingnya pengaruh kualitas makanan, keadilan harga dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan dengan harapan untuk meningkatkan kesadaran pelaku bisnis *Food & Beverage* mengenai pentingnya kepuasan konsumen yang pernah melakukan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi bagi pelaku bisnis dibidang *Food & Beverages* untuk mengetahui bahwa kualitas makanan yang diberikan, keadilan harga antar sesama pelaku bisnis *Food & Beverages* dan lingkungan fisik dari tempat makan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya mengenai informasi akan kualitas makanan, keadilan harga, lingkungan fisik terhadap

kepuasan konsumen dari objek penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

BAB I menjelaskan tentang latar belakang dengan dilakukannya penelitian ini. Di Dalam bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL

BAB II menjelaskan mengenai teori-teori dasar yang mendukung penelitian yang akan dilakukan. Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

BAB III berisi mengenai metode yang digunakan, lingkup penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, pengujian instrument, penelitian dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Lokasi dan Objek Penelitian, Desain Penelitian, Data dan Sumber Data, Populasi dan Sampel Penelitian, Metode Pengambilan Sampel, Definisi Operasional, Pengujian Instrumen Penelitian dan Analisa Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV berisikan tentang hasil data penelitian yang disertai dengan analisis data dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil dari analisis ini berguna untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang ada di dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V berisikan tentang kesimpulan dari penelitian dan saran atas hasil penelitian yang sudah dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan dari rumusan masalah yang disajikan oleh peneliti.

